جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية
Naif Arab University For Security Sciences



دور الاعلام في ترويج الشائعات وسبل العلاج

عثمان محمد نصر

الرياض

1408 هـ - 1988 م

دور الاعلام في ترويج الشائعات وسبـــل العـــلاج

عثمان محمد نصر(*)

قبل أن نتعرض لموضوع البحث لابد من مقدمة بسيطة عن ماهية الاعلام والشائعات فنقول:

إن الاعلام والشائعات قديمان قدم الانسان خلقا مع خلق آدم عليه السلام، وإن اختلفت فيما بعد أشكالهما ووسائلهما ومسمياتهما حسب الأزمنة والأنظمة وتقدم الانسان والعلم، «والقرآن الكريم» الذي لا يأتيه الباطل من بين يديه ولا من خلفه أصدق كتاب وأعظم مرجع لما نقول.

يعلمنا الله سبحانه وتعالى عن بدء الخليقة فيقول في كتابه الكريم:

﴿وإذا قال ربك للملائكة إني خالق بشراً من صلصال من حمإ مسنون* فإذا سويته ونفخت فيه من روحي فقعوا له ساجدين ﴾(1)

(*) وكيل وزارة الاعلام والثقافة جمهورية السودان. الخرطوم.

١ - سورة الحجر الآيتان: ٢٨، ٢٩

ثم تجيء الشائعة في نفس قصة آدم عليه السلام على لسان ابليس اللعين فيقول:

﴿فوسوس لهما الشيطان ليبدي لهما ما ووري عنهما من سوءاتهما وقال ما نهاكما ربكما عن هذه الشجرة الا أن تكونا ملكين أو تكونا من الخالدين. ﴾ «سورة الأعراف ٢٠»

وهكذا. نجد أن سبب خروج آدم عليه السلام وزوجه من الجنة «شائعة» وأن ما تعانيه البشرية من شقاء منذ بدء الدنيا وحتى نهايتها مرده «الشائعة».

ماهو الاعلام؟

الاعلام ظاهرة اجتماعية نشأت ـ كما أسلفنا ـ مع بدء الخليقة ووجود الانسان، وتعمق منذ أقدم العصور في شتى المجتمعات، المجتمعات البدائية أو مجتمعات فجر التاريخ أو مجتمعات العصور الوسيطة والانتقالية أو المجتمعات الحديثة المعاصرة.

لقد تطورت وسائل الاعلام وفقا لتطور هذه المجتمعات فانتقل الاعلام من مرحلة التبليغ من شخص الى شخص الى مرحلة التبليغ المتبادل بين جماعات منظمة، ثم لمرحلة التبليغ الجماعي عبر وسائل الاتصال الجماهيري أي الصحافة والمطبوعات والاذاعات والتلفاز والسينما والفنون الأخرى،

ومثلما يستخدم الاعلام لتحقيق أغراض وأهداف نبيلةيستخدم أيضا لتحقيق اهداف وأغراض مغايرة لذلك، اذ أن طبيعة الاعلام أو بالأحرى طبيعة الأنظمة التي تشرف على وسائل الاعلام هي التي تحدد الأهداف والنتائج المترتبة عليها وبذلك يكون الاعلام سلاحا ذا حدين يستطيع أن يكون نافعا ويستطيع أن يكون مدمراً، وبقدر ما تكون وسائل الاعلام قادرة على التفاعل والحركة بقدر ما تكون قادرة على الرؤية أمامهم، وبقدر ما تكون مقيدة الحركة مكبلة الخطى فسوف تصبح اداة تزييف وطمس للحقائق ومن ثم لن تستطيع غير أن تفرض على الناس مفاهيم هابطة وآراء لما يتطلعون اليه من قيم وأهداف اجتماعية متطورة سامية

ماهي الشائعة؟

الشائعة في أبسط مظاهرها تمثل ايماءةمن الحقيقة وهي طبقا لهذا الفهم ملازمة لحركة الانسان منذ ظهوره على وجه البسيطة وسوف تظل الشائعة سابحة في الأفق أو ساكنة في الأغوار ماقدر للانسان أن يعيش رغم اقتراب أو ابتعاد معايير المصداقية التي تكتنف الحدث الذي تتفرع منه الشائعة

والشائعة باعتبارها ظاهرة اجتماعية قلما يخلو مجتمع من جرثومتها التي تهيمن على معظم اشكال التواصل المتنوعة

والمتجددة على الدوام.

وقد صاحبت الشائعات سعي الانسان الدائب لتحقيق ذاته أو إحراز المرامي التي ينشدها أملا في بلوغ مراقي العظمة والشهرة أو سعيه الحثيث لتدمير قوى الآخرين النفسية والمعنوية للاقلال من شأنهم أو الحط من الجهود التي يعملون على تحقيقها وصولا لغاية رخيصة هدفها اشاعة جو من الفوضى الخبرية غير المؤسسة، وتحطيم الروح المعنوية عن طريق حرب القرائح

والشائعة لا تولد من فراغ وانما تسري بالعوز الى الاخبار الصادقة أو الموثوق فيها أو الغموض الذي يكتنف ما حوله بما يشيع مناخا من عدم التيقن أو عدم التثبت من الحقيقة المعاشة

وتتنوع الشائعات حسب تنوع دوافع وبواعث اطلاقها في المجتمع، وقد بذل المفكرون والعلماء في مجالات علم النفس الاجتماعي والسياسة والاعلام جهودا مقدرة لدراسة خصائص الشائعات ومقاومة سطوتها وصولا للحد الأدنى من التواصل الفكري المعافى.

نخلص مں هذا الى أن الشائعة تعني كل قضية. أو عبارة نوعية أو موضوعية مقدمة للتصديق فتتناقل من شخص الى آخر عادة بالكلمة المنطوقة دون أية معايير أكيدة للصدق ودون أن يتطلب ذلك مستوى معينا من الدليل أو البرهان.

من هنا. يتضح أن الشائعة تتضمن دائما جانبا من الحقيقة ومن ثم لا يمكن اعتبار الشائعة مجرد مرض اجتماعي يستشري في المجتمع دون أسباب حقيقية تدفع الناس الى النزوع نحو تداولها على أوسع نطاق.

ومن ناحية أخرى. فإنه يمكن أن يُستشف أن الشائعة تتناقل بين الأفراد عن طريق الاتصال المباشر ويساعد على ذلك أن وسائل الاتصال الجماهيري قد لا تقدم على نشر أو اذاعة أي خبر دون التأكد من صحته، وقلما تنشر الصحف والاذاعات الشائعات لعلم المسئولين بمخاطرها على المجتمع.

ومن ناحية ثالثة. فإن الشائعات دائما عبارة نوعية وموضوعية ومن ثم فإنها غالبا ما تكون رهينة بمرحلة معينة وبقضية تجيء وتمضي، وأحيانا أخرى تعاود الظهور اذا ما اشتملت الحقيقة على نوع س الغموض أو الفائدة المباشرة بالنسبة للغالبية العظمى سن المواطنين.

مما تقدم. يتضح أن الشائعات تنتشر دائما بالعوز الى الأخبار أو التضارب الإخباري حول المواضيع ذات الاهمية القصوى في مرحلة معينة وفي مجتمع بالذات، ولذا فان سريان الشائعة يتوقف في المقام الأول على الأهمية التي توليها الجماهير لحدث معين مليء بالضباب مما يجعل الرؤية الواقعية أمراً صعباً.

دور وسائل الاعلام في ترويج الشائعات:

قد يكون دور وسائل الاعلام في ترويج الشائعات سلبيا، وقد يكون ايجابيا بمعنى أن الموقف السلبي لوسائل الاعلام فيما يتصل بعدم التعرض لهذه الشائعات بالنفي أو إبراز الحقائق يساعد كثيرا في انتشارها خاصة اذا كان الموضوع الذي تدور حوله الشائعة يكتنفه الغموض والابهام، وهنا تسري الشائغة بين الناس سريان النار في الهشيم، وتجد مرتعا خصبا للتحرك من خلاله في خفة حركة وسرعة انسياب بين كل المنعطفات وكافة القطاعات.

وقد يكون لوسائل الاعلام العذر في هذا الصمت أو الموقف السلبي طالما أن المسئولين لم يفصحوا عن حقيقة مادارت حوله الشائعة، أو أن الحقائق لم تتجمع لديها حتى تتمكن من خلالها بالتعرض للشائعة نفيا أو توضيحا.

أما الدور الايجابي لوسائل الاعلام في ترويج الشائعات فقد يكون مباشرا وقد لا يكون. فبالنسبة للدور الايجابي المباشر نسوق هذا المثال:

تنشر إحدى وسائل الاعلام أن كمية الدقيق الموجودة في البلاد لا تكفي لأكثر من شهر مثلا، عندها سيصيب المواطنين الهلع وتبدأ الشائعات حول هذا الخبر، فمن قائل أن الحكومة سوف توزع الخبز على المواطنين بالبطاقات، ومن قائل آخر أن

الحكومة سوف تزيد من أسعاره وهكذا، وفي الوقت نفسه تنشط المحاولات لاخفائه أو الحصول على أكبر كمية منه لتخزينه حتى على مستوى الأفراد فقد تلجأ ربة الأسرة الى مثل هذا النوع من التخزين وان كان على قدر محدود بما يسد به رمق عيالها خوفا من مغبة الجوع المرتقب. وهكذا

أما الدور الايجابي غير المباشر لوسائل الاعلام في ترويج الشائعات فقد يجيء وفي صور مختلفة ولأغراض متعددة.

١ ـ اشاعة جس النبض:

عندما تنشر احدى وسائل الاعلام أن المصرف «البنك» الدولي يشترط لتقديم معونته الاقتصادية رفع الدعم الحكومي عن السلع التموينية مثلا ثم ينتظر رد الفعل عند الجماهير حتى اذا ما سارت مظاهراتها رافعة شعاراتها (لن يحكمنا «البنك» الدولي) وارتفع صوت الغضب والسخط توقفت الحكومة عما كانت تنوي اتخاذه من قرارات والاّ فإن الحكومة تمضي فيما أزمعت عليه طالما أن صوتا للمعارضة لم يظهر أو يرتفع

٢ ـ الشائعة الانصرافية:

وهذا ما يمكن أن نستخلصه كتسمية لها من هذه القصة التي انتشرت في مصر خلال الحرب العالمية الثانية عن

الصعيدي الذي اشترى «الترام» هناك حتى أصبح هذا الصعيدي المفترى عليه يطلق على كل ساذج بسيط طيب يقع ضحية للاحتيال ومكر الدهاة، جاءت هذه القصة في احدى الصحف المصرية الكبرى خلال الحرب العالمية الثانية ـ كما أسلفنا ـ وقد أفردت لها صفحتها الأولى وبالعناوين الكبيرة البارزة.

وضح الهدف منها فيما بعد بأن القوات الألمانية كانت على أبواب العلمين في الصحراء الغربية لمصر وكانت غالبية المصريين تتعاطف مع الألمان ليس حبا فيهم ولكن كراهية في جيش الاحتلال الانجليزي الجاثم على أرضهم وقتها الى الدرجة التي كانت المظاهرات تسير في القاهرة هاتفة (تقدم يا روميل) تعني قائد الألمان وثعلب الصحراء كما اطلق عليه

وكان لابد أن تنشر الصحافة خبر تقدم الألمان فاجتمع دهاقنة السياسة وقادة الحلفاء بدار هذه الصحيفة الكبرى وتفتقت عبقريتهم على اختراع قصة الصعيدي الذي اشترى الترام حتى ينصرف الناس عن أخبار تقدم الألمان وينشغلوا بهذه القصة العجيبة المسلية

وأنبرت أحدى الصحف المشهود لها بالوطنية متحدية هذه الصحيفة الكبرى أن تقدم أدلة قصتها فاضحة لها الغرض

الخفي من وراء اختراعها، ولكن كان هذا بعد أن حققت هذه الشائعة هدفها وغطت على أخبار تقدم الألمان لفترة طويلة.

٣ ـ شائعة الامتنان:

وهكذا. يمكن أن نسميها اذا ما أرادت الحكومة أن تزيد من أسعار سلعة ما ولتكن النفط مثلا، فتنشر احدى وسائل الاعلام أن الاستطلاعات في أسواق النفط العالمية تفيد بأن النية تتجه الى زيادة أسعاره، ثم يضيف الخبر أن هذه الزيادة سوف ينعكس اثرها على البلاد، ويكفي هذا لكي تنطلق الشائعات بحجم هذه الزيادة المرتقبة، فمس قائل إنها كذا وكذا بل كذا وكذا حتى اذا ما أعلنت الحكومة زيادتها وكانت أقل بما قدرت الشائعات تنفس الناس الصعداء وتقبلوها عن طيب نفس وخاطر، بل لعلهم يحمدون للحكومة موقفها الانساني ويشكرونها على اهتمامها بمصالح الشعب ورفاهيته

٤ ـ الشائعة المغرضة أو شائعة الايحاء:

وهذه تتضح فيما لو نشرت احدى وسائل الاعلام أن قوات الأمن داهمت وكرا للرذيلة مثلا، وان الاتهام يشمل بعض كبار الشخصيات أو المسئولين ثم تجيء في نفس العدد

وفي مكان قريب من هذا الخبر لتنشر قرار اعفاء مسئول كبير (بالاسم) أو أنه بدأ اجازة للراحة أو اعتكف في بيته استجابة لنصيحة الأطباء. وهكذا.

ويبدأ الناس يربطون بين خبر قوات الأمن واعفاء أو اعتكاف المسئول الكبير، وتنتشر الشائعات عن سلوكه وممارسته وخيالات الناس في مثل هذه الحالات خصبة وواسعة ولن تقع الصحيفة تحت طائلة القانون لأنها لم تأت بقذف صريح لهذا المسئول ولم تشر اليه بالاسم في خبر قوات الأمن المشار اليه وان كانت في واقع الأمر قد أساءت اليه أبلغ إساءة وحققت ما تهدف اليه من اشانة لسمعته.

سبل العلاج:

لكي تقاوم الشائعات ويقضى عليها في مهدها فإنه لابد ممايلي:

١ ـ غرس الثقة لدى المواطنين في قياداتها ومؤسساتها ووسائل الاعلام لديها، اذ بدون ذلك لن تقتنع الجماهير بكذب الشائعة وعدم صحتها.

٢ ـ تحليل الشائعات لمعرفة أهدافها ودوافعها ومصدرها ومن يقف وراءها أو المستفيد فيها ليكون الرد عليها علميا وواقعيا ومنطقيا.

٣ ـ عدم حجب المعلومات من المسئولين على وسائل الاعلام

حتى يمكنها التصدي للشائعات بصدق وموضوعية ومعرفة كاملة

٤ ـ نشر الحقائق دائما للجماهير في كل ما يتصل بحياتهم وسياسة وطنهم لأن الشائعات إنما تسري وتنمو في المجتمع المغلق وانظمة القهر

٥ ـ مشاركة قادة الرأي والفكر في دحض الشائعات ضرورية وهامة فهم الفئة المستنيرة التي يوثق فيها ويعتد بها وعندما تتصدى لمثل هذه الشائعات بطريق مباشر أو غير مباشر بالفكر والرأي والحوار فان رأيها يكون مسموعاً وفكرها يجد الصول والاطمئنان والاستحسان.

٦ ـ غرس الثقة والايمان والتربية الوطنية في قلوب المواطنين حتى يتمثلوا ويقرأوا دائما قول الله تعالى:

﴿ياأيها الذين آمنوا إن جاءكم فاسق بنبأ فتبينوا أن تصيبوا قوما بجهالة فتصبحوا على ما فعلتم نادمين﴾.